自媒体时代下拟态环境的构建

摘　要：随着互联网的发展，播客、论坛、微博等的出现使传播进入了一个具有多重意义的自媒体时代，在这个时代人人都是麦克风，人人都是新闻传播者。这种媒介凭借其交互性、自主性的特征，使得新闻自由度提高，传媒生态发生了前所未有的转变。本文主要从自媒体和拟态环境的特点及影响切入，分析自媒体对拟态环境的构建，引导公众网络理性。

关键词：自媒体；拟态环境；拟态环境化
中图分类号：G206.3　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）12-049-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.02.005

■文 / 韩江雪

互联网技术和移动通信技术的高速发展，推动了网络上一大批信息发布和传播平台的出现，从较早的微博、腾讯空间、网易论坛，到当下的 Facebook、微博、微信朋友圈这类自媒体的风行，我们发现，网络媒介的交互性、自主性优势发挥得越来越全面，人人都可以是信息的制作者和发布者，这种高度的新闻自由，使传媒生态发生了翻天覆地的变化。

“自媒体”的最初研究者是丹・吉尔默，他将自媒体定义为传统媒体 1.0、新媒体 2.0 之后的新闻媒体 3.0。我国对自媒体的研究最早见于《媒体创意与策划》中，书中提出“自媒体是以现代化为手段进行自主传播的自主媒体，是一个兼具自主化、平民化与私人化的新型传播者。”我国著名学者喻国明教授把自媒体生产内容的方式叫做“全民 DIY”即在没有专业的局限之下，人人都能够自己动手制作，按照自己的意愿 DIY 出一份产品进行自我表达。

拟态环境即我们所说的信息传播环境，这种环境并不是对现实环境真实的反映，而是利用传播媒介对象征性事件或信息进行选择和加工之后，重新加入结构化的基础，最终到达受众的再现环境。

日本学者滕竹晓提出拟态环境化，他指出语言、价值观念、生活习惯和行为方式等拟态事件在开始的初期是不具备可预见的普遍性和代表性的，不过进入了大众传播的渠道，就会在短时间内演化成社会流行趋势，成为处处能见的社会现实。

1. 自媒体构建拟态环境化的表现

首先自媒体传播具有即时性，因而在信息的传播过程和拟态环境的生成过程中，能够获得大量的第一时间信息，并且信息传播的过程也是信息不断丰富的过程；其次自媒体传播的互播性，让受众能够更好地加入到新的拟态环境形成过程中，实现信息的互动。这两个方面决定了自媒体营造拟态环境更快、更新的特点。自媒体营造的广阔空间，使公众在摆脱了复杂多样的现实环境后，更愿意参与其中。

“拟态环境是人们对客观世界主观认识的媒介表达”，它的构建过程是主观性与客观性的统一过程。“在现代传媒条件之下，既有媒介传播者的构建，也有媒介受众的构建”。拟态环境的传播者构建是指传播者对信息进行符号性的结构化过程。自媒体时代是人人都是新闻传播者的时代，因此在对拟态环境的构建中有其独特的优势，自媒体的受众能够自主地选择接受的事件信息并予以加工，加入自己对事件的看法之后再发布出去，这样的信息创作模式往往能够加速甚至打乱拉斯韦尔 5W 循环模式，使传播者与受传者的界限模糊，产生不可预知的传播效果。

2. 网状化的传播路径实现高速化的传播时效

与传统媒体相比，自媒体的信息源更为广泛，话语权更为分散，公众可以通过手机或网络等媒介把文字、图片、视频、音频等传送出去，且这一环节的接受者又可以成为下一个发送者。多个信息发送路径也无技术障碍，比如公众随时都可以将微博上的信息拷贝到 MSN、QQ 或网络论坛上，多种载体形成巨大的公共信息共享平台。

新闻的生命在于它的时效性，在新闻生产流程中，传统媒体局限于它的新闻制作过程，做不到第一时间信息发布，加之审查制度要求相当严格，受众群体得到信息是经过层层筛选之后的。

自媒体时代，信息平台的用户自己制作信息，以网络和无线通信技术为依托，任何一个博客、微博、MSN、QQ 使用者都可以零延迟地发布文字、图片以及视频新闻，充当起新闻第一现场记者的角色。

3. 草根化的传播理念体现交互性的传播价值

自媒体作为一种编读一体的大众传播工具，最突出的特点就是其内在的草根文化，自媒体以普通公众为立足点，人人都可以成为麦克风，人人都可以是新闻源，社会舆论的发展与每个人的生活息息关联。

自媒体以其参与性强、交互性强的特点更加个性化，也更为平民化。在网络自动化和移动化之后，自媒体在某种意义上已经成为最具草根性质的传播方式。

信息有没有传播的价值，很大程度上由它的传播主体与传播客体进行信息传播的需要决定。媒体作为信息传播的主体，对新闻的取舍会有自身的价值判断决定，决定哪些该报道哪些不该报道。自媒体的信息传播在信息最初生产者与最终使用者具有一致性，属于同一个群体，于是传播主体与传播客体在信息价值的判断中有一定的接近性与相同性。这种价值取舍让自媒体新闻更受目标受众的喜爱，更具趣味性、动态性和贴近性。

4. 舆论生成方式——新颖的社会舆情发酵场

自媒体是强大的自我表达平台，最初的旁观者转化为事件的当事人，这种角色的改变，提高普通民众参与信息的便捷性，激发了普通百姓的创作和发表欲望。每个人都可以通过自媒体来表达自己想要表达的观点和意见，去选择自己想要关注的对象，并在短时间内获得他人的反馈，将信息发生到信息发布的时间有效缩短，激发公众愿意畅所欲言的欲望，自由选择议题，这一优势加速了活跃舆论场的形成。

自媒体传播带有明显的裂变传播特点，如微博中的信息可以通过层层粉丝转发，一传十，十传百，迅速蔓延；微信朋友圈的消息只要按动几个键就可以发布在自己的朋友圈中，再由其他人转发；网络论坛可以将一个帖子随意从一个论坛拷贝到另外一个，甚至论坛网站提供一键转发的链接。各类新闻事件很短时间内就在网络上蔓延、发酵。在网络信息的共享性与群集性的特点下，自媒体用户所感兴趣任何事都有引爆舆论的可能性，尤其是凸显社会痛处或触及敏感话题。

自媒体平台拥有庞大的用户群体，加上舆情领袖与粉丝经济的推波助澜，经过加工炒作的信息可以在短时间内让某一突发事件形成星火燎原之势。自媒体舆情的演化有其特殊性，分为五个时期：第一，初始形成期。通过传统媒体新闻报道或者微博用户的爆料，发布信息，并被网络用户关注和转发。第二，关注期。一些具有视觉或道德冲击力的刺激敏感性事件在网络上传播，被关注，网友不断评论、转发，甚至出现“舆论领袖”。第三，裂变爆发期。新的信息浪潮在网络的各个平台轮番报道下形成，信息裂变效应产生强大的舆论合力。第四，高涨期。舆情的热点议题不断的被炒作和加工，引发舆论的大爆炸，关注的问题不仅限于热点议题，而是从虚拟社区转向现实社会。第五，消解平复期。在舆论压力膨胀到需要主流媒体和政府部门介入，问题得到一定的答复和解决，民众情绪得到一定程度的缓解，高涨的舆情也会快速的进入消解状态。

自媒体的出现可以说是在原本的现实环境下创作出了另外一个虚拟世界，这个世界中人与人的距离既被拉得很近，又可能隔得很远。从地球另一端的信息几秒钟就可以被接收，跨国跨洋交流不再成为问题，但是虚拟世界中的“人”的身份也是虚拟的。没有了现实的依托，网络上的言论也变得不用负责，所以网络暴力事件频发，网络水军大行其道，网络谣言弥漫，这些都是自媒体构建下的拟态环境中产生的问题，并且对现实社会产生了巨大的影响。面对日益复杂与敏感的信息环境，划清虚拟空间与社会现实环境的界限，理性进行信息的传播，实现自媒体行业理性健康发展还是一项任重道远的事业。媒

参考文献

[1] 陈勤 . 媒体创意与策划 [M]. 北京：中国传媒大学出版社，2009（3）：57.

[2] 曹劲松 . 论拟态环境的主体建构 [J]. 南京社会科学，2009（2）：100.

（作者单位：西北师范大学传媒学院；指导老师：徐兆寿）

（上接第 44 页）

背景下，体育新闻 APP 的运营者要开拓思路，掌握方法，发挥自身的传播优势，同时不断创新，以获得长远发展。推而广之，对全体新闻工作者来说，认清并把握媒介融合背景下新闻传播新的特点和趋势，才能推动新闻传播在新时代更好地发展。媒

参考文献

[1] 周菀菀，罗璇 . 体育 APP 发展现状与推广策略 [J]. 体育文化导刊，2010（03）： 20-24，54.

[2] 王君超 . 融合新闻的定义、实践与改进途径 [J]. 中国报业，2014（09）：75.

[3] 朱永祥 . 社交化：重新定义媒介融合下的大众传播 [J]. 视听纵横，2015（01）：22-24.

[4] 彭兰 . 社会化媒体：媒介融合的深层影响力量 [J]. 江淮论坛，2015（01）：152-156，165.

[5] 李芳，魏朝阳 . 移动新闻客户端大型体育赛事传播困境与发展策略研究 [J]. 沈阳体育学院学报，2015（05）：80-86.

[6] 克莱·舍基 . 人人时代——无组织的组织力量 [M]. 北京：中国人民大学出版社，2012.

（作者单位：北京体育大学体育传媒系）